



*Les mentides d'una  
gàbia de vidre*

# Es prega puntualitat (ill)

Jaume Salva i Lara

*El propagandista no pot revelar evidentment les autèntiques intencions d'aquell a les ordres del qual treballa [...]. Això suposaria sotmetre els projectes a discussió pública, a l'escrutini de l'opinió pública, evitant així el seu triomf [...]. Contràriament, la propaganda ha de vetlar aquests projectes, emascarant la seva autèntica intenció.*

Jacques Ellul

**E**l mes passat acabàvem l'article mencionant les diferències entre el cine i la televisió quant a formes de finançament bàsiques: els anuncis en el cas de la caixa i l'entrada en el de

la pantalla. I també dèiem que darrerament els empresaris exhibidors ens han col·locat anuncis com els que posen a la tele i d'altres fets aposta per a la seva exhibició abans de la pel·lícula. Si vos pareix ens hi aturarem un poc, especialment en els fets a Mallorca.

Serà difícil rallar d'això sense donar cap nom -no és la nostra intenció fer publicitat positiva o negativa a ningú- però aquí teniu l'intent. Entre els cada pic més nombrosos anuncis comercials que patim fins i tot quan anam al cine en destaquen, evidentment, els més mal fets, els que, per alguna raó que escapa al meu enteniment, surten del que és la norma, aquest neobarroquisme formalment perfecte i un pèl agressiu que tant s'usa en el món de la publicitat actual. El problema dels anuncis al cine és que estàs allà, a les fosques, davant de la pantalla, i no et queda més remei que mirar-la. I, al costat d'anuncis d'inqüestionable efectivitat temàtica i estètica, en veus d'altres que, a la pràctica -n'estic segur- fan l'efecte contrari, de rebuig al producte anunciat.

Alguns cerquen el col·leguisme, emprant un llenguatge fàcil, suposadament actual, per apropar-se al consumidor potencial, arribant a fer rimar "plaza España" amb "¡Uf! ¡qué caña!", i us asseguro que, quan era novetat, despertava en el respectable senti-

ments més a prop de la xauxa que no de bona connexió. Però, com tot, ben aviat s'assimila com una realitat més. Un altre de molt bo, que va ser projectat durant lustres -o aquesta és la sensació- era el d'un centric comerç



dedicat a la venda de làmpades. L'anunci consistia en imatges estàtiques de diferents làmpades que s'estrellaven contra un mosaic de més làmpades al so d'una cançó que ja havia passat els límits de la memòria. Afortunadament fa poc, a la fi, es decidiren a canviar-lo però tampoc no tant perquè amb aquesta peça de

cel·luloide ja s'havia marcat un estil indefugible: es va renovar el mostrari de làmpades i es va canviar la música per una de més contemporània -no gaire- però els llums se segueixen estrellant contra el mosaic.

Un altre paquet és el format per una col·lecció d'anuncis destinats a captar clientela per a una coneguda -no sé si gràcies a aquesta publicitat o si abans ja sonava el seu nom- empresa immobiliària de frenètica activitat

constructora en una època de forassenyada animació edificadora. Consistia en unes escenificacions curtes de gent que feia coses que suposadament faria amb molta més tranquil·litat en un pis de la constructora. Per exemple una parella es besava en un banc d'un parc i passava una doneta major -envellida amb maquillatge teatral, tot s'ha de dir- que els advertia que el que havien de fer era anar al grup tal; o un home que s'anava a confessar i la sentència del mossèn era que, òbviament, havia anar al grup tal; i alguns altres fins arribar a un afamat discotequer que pul·lula per devora una al·lota i ella l'adverteix que el que ha de fer és anar al grup tal. I durant molts de mesos, anassis a veure la pel·lícula que fos, sempre et trobaves no un sinó dos, o a pics, tres, d'aquests divertidíssims anuncis, que accentuaven el seu valor amb unes esplèndides actuacions i uns brillantíssims guions que els convertien en autèntics curtmetratges que convidaven al sa exercici de la rialla però que, en el fons, et deixaven un gust

una mica agre, com de no entendre molt bé perquè aquí quasi tot s'ha de fer malament, com si no ens agafàssim seriosament res nostre, com si no més ens importàs carregar amb les burles dels altres i ho potenciàssim per fer negoci. Els anunciants i els cines, que cobren per convertir les pantalles en un apèndix de la televisió. ■